

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА БЕЛАРУСИ

А.И. КОЛОМИЙЦЕВА, А.Н. КУПРЫСЬ (СТУДЕНТКА 2 КУРСА)

Проблематика. Малое предпринимательство в странах с развитой рыночной экономикой играет существенную роль. Оно является стимулятором экономического развития, влияет на рост экономики стран. Отличается большой мобильностью в перераспределении финансовых средств по различным отраслям. В состоянии быстрее реагировать на потребности потенциальных клиентов, заполнять те ниши, которые не выгодны крупным предпринимателям. Это способствует установлению равновесия в некоторых сегментах рынка и определяет актуальность темы работы.

Цель работы. Исследование состояния развития малого бизнеса в Республике Беларусь по сравнению с другими странами, в частности с Республикой Польшей.

Объект исследования. Малый бизнес в Республике Беларусь и Республике Польше.

Использованные методики. Для проведения анализа ведения малого бизнеса использованы теоретические и статистические данные для сравнения ведения малого бизнеса в различных странах.

Малый бизнес в Беларуси. Малый бизнес в Республике Беларусь играет важную роль в социально-экономическом развитии страны. Рост малых предприятий в городах Беларуси приводит к формированию конкурентной среды, благодаря малому бизнесу расширяется сфера услуг, а экономике придается дополнительная стабильность.

Сравнительный анализ. Проведение сравнительного анализа основных экономических показателей деятельности субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь и в Республике Польша за 2014-2015 гг., позволяет оценить сложившуюся ситуацию ведения малого бизнеса, выделить направление развития малого бизнеса в Беларуси.

Недостатки и преимущества малого бизнеса. Малое предпринимательство имеет ряд преимуществ и недостатков как в Беларусь, так и в Польше. Анализ плюсов и минусов ведения малого бизнеса позволяет Республике Беларусь перенимать польский опыт, внедрять польскую структуру ведения бизнеса.

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С УЧЁТОМ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

А.Н. КУПРЫСЬ (СТУДЕНТКА 2 КУРСА)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование действий потребителей в момент принятия решения о покупке и её совершения с учетом психологического ценообразования.

Цель работы. Анализ действий потребителей с учётом влияния психологического ценообразования.